

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO DO CURSO

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	EMENTA
Empreendedorismo e Inovação	11	Empreendedorismo: conceitos e perspectiva do empreendedorismo contemplando a criação do negócio, financiamento, gerenciamento, expansão e encerramento do mesmo. Inovação: conceitos a produto, processo e organização relacionando o tema à estratégia e ao desempenho de mercados. Sistemas de inovação, trabalho em redes e desenvolvimento de inovação via imitação.
Ética e Responsabilidade Sócio Empresarial	11	O campo da Ética. Ética, Moral Princípios e Valores Humanos. Dilemas éticos. Valores e virtudes. A Ética e o dever. Os principais dilemas éticos nas organizações brasileiras. Relativismo ético. Identificação do problema ético. Ética e credibilidade organizacional. A ética e a sua influência no modelo de gestão. Etiqueta Corporativa. Ética nos Negócios e no Trabalho. Ética nas Ações Estratégicas de Marketing. Códigos de Ética Corporativa. CONAR (Código Brasileiro de Auto regulamentação Publicitária).
Gestão Ambiental e Desenvolvimento Sustentável	11	A disciplina tratará de gestão Ambiental e Desenvolvimento sustentável discutir, além das questões ambientais e de sustentabilidade voltados para o Marketing Estratégico, as questões sociais, ambientais e de negócios a partir a partir dos processos e da história dos conceitos, tanto de Meio Ambiente (dentro e fora da empresa) quanto de sustentabilidade. Também discutirá as questões do Marketing verde e das diversas comunicações no que diz respeito à sustentabilidade da sociedade com ênfase na gestão estratégica em Marketing Estratégico e Varejo.
Gestão de Talentos	11	Papel da Gestão de Pessoas nas organizações, processo evolutivo, e importância como atividade estratégica e integradora na gestão empresarial. Planejamento de Recursos Humanos e sua relação com recrutamento e seleção de pessoas nas organizações. Função da modelagem de cargos e avaliação de desempenho como ferramentas de vantagem competitiva em uma época de valorização do ser humano para atingimento de metas organizacionais.

Planejamento Estratégico	22	Definição Planejamento. Tipos de Planejamento. Planejamento estratégico e seus elementos. Missão e Visão institucional. Matriz SWOT. Cadeia de Valor. Mapas Estratégicos. Planos de Ação. Indicadores de Desempenho. Modelo das 05 forças de Porter. Metodologias de implantação do planejamento estratégico nas organizações. Estratégias Competitivas. Implementação de Estratégias. Evolução do Planejamento Estratégico. Processo decisório.
Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor	22	O comportamento do consumidor e o mercado. Grupos sociais e formação de status. O aprendizado no comportamento do consumidor. Processos perceptivos e motivacionais. Teorias da personalidade. Atitude, mudanças de atitude e estilo de vida. O processo decisório.
Negociação e Administração de Conflitos	11	Desafios das Técnicas de Negociação aplicadas ao marketing estratégico e de varejo: mudanças e cenário atual; O Processo de Negociação (do planejamento clássico ao planejamento para negociação), Instrumentos e Requisitos; Conflito: conceitos, tipos de mediação; Perfis de negociadores; Tomada de decisão e acordos ganha-ganha; Competências e habilidades para o exercício de negociador e mediador com foco em marketing.
Metodologia da Pesquisa	11	O papel da ciência. Tipos de conhecimento: método e técnica. O processo de leitura. Citações bibliográficas. Trabalhos acadêmicos: tipos, características e composição estrutural. O projeto de pesquisa experimental e não experimental. Pesquisa qualitativa e quantitativa. Relatório de pesquisa. Estilo de redação. Referências bibliográficas. Apresentação gráfica. Norma ABNT.
Direito Empresarial	22	Noções de Direito Empresarial. A atividade da empresa, o empresário individual e as sociedades empresárias e o estabelecimento como conjunto de ativos utilizados para a atividade empresarial. Conceito de Direito Empresarial. Marcas e Patentes. Formas de Sociedades. Sociedades Empresariais.
Economia Empresarial e Mercado	22	Introdução à Economia. Conceitos de economia. A organização e o funcionamento das economias de mercado. As principais leis e teorias econômicas. As questões micro e macroeconômicas da atualidade. Oferta e demanda. Moeda, juros e renda. Noções de

		Economia Internacional.
Gestão de Produto e Estoques	22	Logística empresarial, Planejamento e Programação de Estoques. Política de estoques: estoque mínimo, máximo, segurança e ciclo. Seleção de Fornecedores. Classificação de estoques. Curva ABC para gestão de estoques. Modelos de previsão de demanda.
Marketing de Serviços	22	Estudo da administração estratégica de serviços: conceitos gerais e aplicabilidade. Importância da administração de serviços na economia. Operações de serviços. Comportamento do consumidor de serviço. Avaliação da qualidade do serviço pelo cliente. Estratégias de operações de serviços. Projeto do sistema de serviço. Planejamento do sistema de serviços. Organização do sistema de serviço. Controle do sistema de serviço. Qualidade e melhorias em sistemas de serviços.
E-commerce, Redes Sociais e Mídias Digitais	11	Teorias e Conceitos do Marketing digital. Alinhamento Estratégico de marketing digital. O papel e a gestão da marca no ambiente digital. O processo de Criação de Conteúdo. Gestão de Conteúdo Eficiente. Plataformas de Conteúdo. Uso de Mídia Social. Ferramentas de apoio. Introdução ao Comércio Eletrônico. Negócios e Comércio por meio da Internet. O uso do Marketing na Internet. Operações no Ambiente Web. Casos de Sucesso em Marketing On-line e Exercícios.
Orçamento, Custo e Controle	11	Conceito de orçamento. Finalidade do orçamento. Mecanismos orçamentários. Implantação do sistema orçamentário. Elaboração do orçamento operacional: balanço projetado, resultado projetado, fluxo de caixa. Controle: Centro de receita e centro de custo padrão e as variações de eficiência e preço em custos variáveis e de capacidade orçamentária em custos fixos.
Análise de Investimentos	22	Valor presente líquido. Método do Custo-Benefício. Método da Anuidade Uniforme Equivalente. Taxa interna de retorno. Taxa Interna de Retorno Incremental. Payback Simples e Descontado. Análise de viabilidade econômica. Análise de sensibilidade. Árvore de decisão. Indicadores Econômicos - Financeiros. Previsões Financeiras.

Gestão da Qualidade	22	Fundamentos da Qualidade. Conceitos da Qualidade. Qualidade da estratégia à operação: Planejamento, desdobramento da estratégia e gestão de resultados. A qualidade versus sustentabilidade. Gestão por processos. Padronização de processos (gestão de documentos e registros). Gestão de indicadores. Gestão de Auditorias: Internas e externas. Gestão de não conformidades. Análise e melhoria contínua.
Marketing de Relacionamento e Indicadores de Desempenho	22	Evolução dos conceitos do marketing relacionamento. Relacionamento com mercado consumidor. Relacionamento com mercado organizacional. Tecnologias para relacionamento. Dimensões para avaliação de relacionamento.
Informação e Inteligência Competitiva	11	Informação, inteligência competitiva e gestão organizacional. Processo decisório e características da informação. Informação, cognição e tomada de decisão; o ambiente competitivo; incerteza, risco e tomada de decisão; modelos de tomada de decisão; modelos de implementação de inteligência competitiva; conversão de informações aleatórias em conhecimento estratégico; cognição situada; cognição compartilhada.
Marketing Promocional: Promoção de Vendas, Merchandising, Branding e Trade Marketing	22	Marketing Promocional como ferramenta de Marketing para o varejo. Promoção de vendas, material promocional, ponto-de-venda e plano de ação. Branding e o papel das marcas para um novo tempo. Trade Marketing na estratégia varejista e suas perspectivas no Brasil.
Gestão do Tempo e Ferramentas da Produtividade	11	Gestão do Tempo. Análise das tarefas operacionais do cotidiano. Matriz de priorização das ações e tarefas. Estratégias de gestão do tempo para melhoria do desempenho na área de Marketing. Produtividade: conceito e aplicações. Ferramentas práticas para melhorar o uso do tempo em atividades pessoais e profissionais para melhorar a produtividade. Planejamento do tempo, indicadores de performance e de produtividade.

Controle Estratégico e Gestão de Crises	11	Métodos de solução dos conflitos. Negociação e conciliação. Técnica; Mediação. Arbitragem. Abordagens analíticas nos setores público e privado; estudos de caso e simulação.
Logística e Distribuição nas Estratégias Mercadológicas	22	A importância dos canais de distribuição no processo de vendas. Planejamento em logística. Logística integrada da distribuição física. Estudo da estrutura logística em um projeto comercial. Prestadores de serviços logísticos. Multimodalidade dos transportes e sua otimização na viabilização de negócios. Tecnologia da Informação Aplicada à Logística. O CRM como ferramenta da gestão de vendas. Cadeia de Valor. Tomada de Decisão. Princípio de Pareto.
Tópicos Avançados em Marketing Estratégico e de Varejo	22	Desafios e oportunidades do varejo; 2.Stakeholders, consumidor e concorrência. Vantagens competitivas e estratégias de marketing. Novos paradigmas do varejo.
Projeto de Intervenção Institucional	44	Planejamento, acompanhamento, estruturação e controle das atividades de intervenção em uma organização escolhida. Posteriormente, a elaboração de um relatório das atividades pertinentes ao projeto final, o qual deverá ser desenvolvido como um relatório técnico científico sobre a orientação de um docente, mestre ou doutor, que faça parte da equipe docente do curso. Haverá apresentação do trabalho elaborado para uma banca avaliadora.

Trabalho de Conclusão de Curso (Projeto Final de Curso)	-	Para obtenção do respectivo certificado, como requisito parcial, é necessária a elaboração individual do Trabalho de Conclusão de Curso, o qual deverá ser desenvolvido no formato de Artigo Científico, de acordo com o Projeto Pedagógico do Curso.
<b>Total</b>	<b>429h</b>	